

این فایل فقط برای مشاهده قسمتی از پرسشنامه می باشد.

برای خرید و دریافت فایل کامل ورد و قابل ویرایش این پرسشنامه

به داخل سایت مراجعه نمایید.

پرسشنامه ترفیع و تبلیغ

پرسشنامه ترفیع و تبلیغ دارای 22 سوال می باشد و هدف از این پرسشنامه بررسی اهمیت ابعاد آمیخته ترفیع میباشد. و بر اساس طیف لیکرت (از خیلی کم تا خیلی زیاد) نمره گذاری شده است.

قسمتی از سوالات:

ردیف	سوالات	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
1	آگهی بازرگانی تصویر و ذهنیتی مثبت از سازمان ایجاد می کند.					
2	آگهی بازرگانی موجب ایجاد بازار فروش برای مارکی مشخص می شود.					
3	با اعلان یک حراج از طریق آگهی بازرگانی می توان موجب افزایش فروش شد.					
4	آگهی تجاری امکان حمایت از یک ایده و آرمان برای سازمان را فراهم می آورد.					
5	آگهی تجاری وسیله مناسبی برای آگاه کردن خریداران و مخاطبان است.					
6	=====					

					15	ارائه نمونه های رایگان محصول باعث رشد گرایش به خرید محصول می شود.
					16	کوپن های تخفیف موجب افزایش فروش محصول می شود.
					17	جایزه برای خرید محصول موجب افزایش فروش محصول می شود.
					18	روابط عمومی موجب ایجاد علاقه مجدد نسبت به محصولی که فروش آن ها کاهش یافته است، می شود.
					19	روابط عمومی برای جلب توجه و تغییر یک ذهنیت منفی سازمانی مفید است.
					20	استفاده از روابط عمومی تاثیرات بسیار پایدارتری از سایر روش ها دارد.
					21	روابط عمومی وجه اخلاقی و سیمای سازمان را بهبود می بخشد.
					22	روابط عمومی، توان بالقوه سازمان را در ترفیع محصولات به فعلیت تبدیل می کند.